

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Институт креативных индустрий, экономики и предпринимательства  
Кафедра бизнеса и развития профессионального мастерства

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. директора Института креативных индустрий,  
экономики и предпринимательства



Кожевникова Т.М.  
«24» декабря 2024г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

образовательной программы среднего профессионального образования - программа подготовки  
специалистов среднего звена по специальности  
38.02.08 Торговое дело

коммерция и осуществление интернет-маркетинга  
направленность

Квалификация

Специалист торгового дела

Год набора – 2025

Тамбов – 2025

**Разработчик(и) программы:**

**Федорова А.Ю.** к.э.н., доцент, зав. кафедры "Бизнеса и развития профессионального мастерства" ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина"

**Кондрашова И.С.**к.э.н., доцент, преподаватель кафедры "Бизнеса и развития профессионального мастерства»

**Эксперт(ы):**

**Лоскутов С. А.**-генеральный директор ООО «Научно –техническое объединение «ИНТ»

Рабочая программа разработана на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, с учетом ПОП и утверждена на заседании кафедры бизнеса и развития профессионального мастерства Института креативных индустрий, экономики и предпринимательства 25 ноября 2024г. протокол № 6

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика .....	4
2. Цели и задачи практики.....	4
3. Место практики в структуре ООП.....	4
4. Перечень учреждений - баз практики.....	8
5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики.....	8
6. Структура и содержание практики.....	10
7. Контроль и оценка результатов освоения практики.....	15
8. Условия проведения практики.....	20

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Производственная практика является необходимой составляющей учебного процесса студентов по специальности 38.02.08 Торговое дело и проводится в соответствии с учебным планом.

Форма проведения	Курс	Название практики согласно учебного плана	Итоговый контроль
Непрерывная	3	ПП.01.01 Производственная практика	Зачет
Непрерывная	3	ПП.02.01 Производственная практика	Зачет
Непрерывная	3	ПП.03.01 Производственная практика	Зачет

В ходе прохождения производственной практики обучающиеся должны овладеть следующими видами деятельности, предусмотренными ФГОС СПО 38.02.08 Торговое дело:

- организация и осуществление торговой деятельности;
- организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли;
- организация и осуществление интернет-маркетинга.

Практика проводится в форме практической подготовки обучающихся.

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

**Целью** прохождения производственной практики (по профилю специальности) является деятельность, направленная на формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**Задачами** производственной практики (по профилю специальности) являются формирование практических навыков организации и осуществления торговой деятельности; организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли; организации и осуществления интернет-маркетинга.

## 3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП

Производственная практика входит в профессиональные модули

ПМ	Продолжительность практики (в неделях)
ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности	2 недели
ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	2 недели
ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга	2 недели

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧРЕЖДЕНИЙ – БАЗ ПРАКТИКИ

Базами практики являются:

- Союз «Тамбовская областная торгово-промышленная палата»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Скобеев и Партнеры»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое объединение

«ИНТ»;

- Автономная некоммерческая организация «Региональный центр компетенций в сфере производительности труда Тамбовской области»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Би Фаунд»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Эврика Маркетинг».

## **5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен приобрести следующие общие и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций (ОК):

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 03</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 07</b>	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций (ПК):

Код	Наименование профессиональных компетенций
<b>Производственная практика ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности</b>	
<b>ПК 1.1.</b>	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
<b>ПК 1.2.</b>	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
<b>ПК 1.3.</b>	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
<b>ПК 1.4.</b>	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
<b>ПК 1.5.</b>	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
<b>ПК 1.6.</b>	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
<b>Производственная практика ПМ 02 Организация и осуществление</b>	

<b>предпринимательской деятельности в сфере торговли</b>	
<b>ПК 2.1.</b>	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
<b>ПК 2.2.</b>	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
<b>ПК 2.3.</b>	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
<b>ПК 2.4.</b>	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
<b>Производственная практика ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</b>	
<b>ПК 3.1</b>	Определять готовность веб-сайта к продвижению
<b>ПК 3.2</b>	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
<b>ПК 3.3</b>	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
<b>ПК 3.4</b>	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
<b>ПК 3.5</b>	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
<b>ПК 3.6</b>	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание практики по разделам</b>	<b>Виды работ</b>	<b>Трудоемкость</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
<b>ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности</b>				
1	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	24 часа	Собеседование
2	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	1. Приемка товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране труда.	24 часа	Собеседование
3	Раздел 3. Организация и осуществление	Составление и оформление закупочной документации,	24 часа	Собеседование

	закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры.		
<b>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</b>				
1	Технология проведения маркетинговых исследований	<p>1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирование целей маркетингового исследования</p> <p>2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.</p> <p>3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.</p> <p>4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики.</p> <p>5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.</p> <p>6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий:</p> <p>8. исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка);</p> <p>9. изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке,</p> <p>10. уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);</p> <p>11. исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);</p>	36 часов	Собеседование

		<p>12. исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене);</p> <p>13. исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании);</p> <p>14. рынка.</p> <p>15. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия.</p> <p>16. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p> <p>17. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p> <p>18. Оформление результатов маркетингового исследования.</p>		
2	Ценообразование в торговой деятельности	<p>1. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям</p> <p>2. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p> <p>3. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).</p> <p>4. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>5. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>6. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>7. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p> <p>8. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги</p>	36 часов	Собеседование



		9. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации		
<b>ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</b>				
1	Технология интернет-маркетинга	<p>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</p> <p>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</p> <p>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p> <p>4. Анализ поисковой выдачи.</p> <p>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</p> <p>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>7. Определение стратегии поискового продвижения.</p> <p>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</p> <p>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>13. Разработка лендинга.</p> <p>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p>	72 часа	Собеседование

		<b>16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</b>		
--	--	---	--	--

Учебно-методические рекомендации по выполнению заданий на практике отражены в Положениях Университета о практике в форме практической подготовки обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования.

## 7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания, полученный практический опыт)	Формы и методы контроля и оценки
<p><b>Демонстрирует навыки:</b>  <b>ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;</li> <li>– проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</li> <li>– обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);</li> <li>– составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;</li> <li>– подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</li> <li>– проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;</li> <li>– подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;</li> <li>– оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</li> <li>– мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;</li> <li>– установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;</li> <li>– составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;</li> <li>– формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;</li> <li>– составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;</li> <li>– осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</li> <li>– публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);</li> <li>– публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;</li> </ul>	<p>Выполнение индивидуально го задания, собеседование, защита отчета по практике</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>– организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;</li> <li>– направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;</li> <li>– проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;</li> <li>– составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</li> <li>– документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;</li> <li>– формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;</li> <li>– формирования проекта внешнеторгового контракта;</li> <li>– осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;</li> <li>– подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;</li> <li>– сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;</li> <li>– подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;</li> <li>– организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;</li> <li>– приемки товаров по количеству и качеству;</li> </ul> <p>соблюдения правил охраны труда.</p> <p><b>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявления проблем и формулирования целей исследования;</li> <li>– планирования проведения маркетингового исследования;</li> <li>– определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</li> <li>– подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;</li> <li>– поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;</li> <li>– подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;</li> </ul>	
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>– разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>– применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>– применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>– проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>– проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>– установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;</li> <li>– применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> </ul> <p><b>ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;</li> <li>– анализа поисковой выдачи;</li> <li>– анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</li> <li>– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– определения стратегии поискового продвижения;</li> <li>– проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</li> <li>– анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;</li> <li>– определения стратегии продвижения в социальных сетях;</li> <li>– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– разработки лендинга;</li> <li>– анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</li> <li>– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</li> </ul> <p>составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</p>	
<p><b>Демонстрирует умения:</b></p> <p><b>ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;</li> <li>– проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;</li> <li>– обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;</li> <li>– анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;</li> <li>– составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;</li> <li>– обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; <ul style="list-style-type: none"> <li>– обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.</li> <li>– применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;</li> <li>– осуществлять выбор поставщиков;</li> <li>– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</li> </ul> </li> <li>– составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;</li> <li>– создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;</li> <li>– обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать в единой информационной системе;</li> <li>– применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;</li> <li>– составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;</li> <li>– обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;</li> <li>– описывать объект закупки;</li> <li>– разрабатывать закупочную документацию;</li> <li>– работать в единой информационной системе;</li> <li>– взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;</li> <li>– анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;</li> <li>– формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</li> <li>– проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);</li> <li>– классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;</li> <li>– разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;</li> <li>– осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготавливать коммерческие предложения, запросы;</li> <li>– оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;</li> <li>– составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении кон-тракта или о расторжении контракта;</li> </ul> </li> </ul>	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;</li> <li>– обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;</li> <li>– осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</li> <li>– осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;</li> <li>– осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;</li> <li>– проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;</li> <li>– осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);</li> <li>– использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;</li> <li>– применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;</li> <li>– применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;</li> <li>– управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;</li> <li>– оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;</li> <li>– применять электронный документооборот;</li> <li>– осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.</li> <li>– применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;</li> <li>– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</li> <li>– осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</li> <li>– пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</li> </ul> <p><b>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>– составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>– обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</li> </ul>	
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>– обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;</li> <li>– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>– применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> </ul> <p><b>ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;</li> <li>– определять маркетинговые стратегии;</li> <li>– составлять smm-стратегии;</li> <li>– составлять контент-планы;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– разрабатывать уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывать рекламные модули;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывать выбор целевой аудитории;</li> <li>– создавать тексты и рекламные слоганы;</li> <li>– создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитывать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;</li> <li>– составлять информационно-аналитические справки;</li> </ul> <p>оформлять отчетные документы</p>	
<p><b>Демонстрирует знания:</b></p> <p><b>ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних</li> </ul>	

<p>рынков;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</li> <li>– стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</li> <li>– правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</li> <li>– структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;</li> <li>– методы и инструменты работы с базами больших данных;</li> <li>– требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,</li> <li>– схем электронного документооборота;</li> <li>– законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;</li> <li>– особенности составления закупочной документации;</li> <li>– методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;</li> <li>– основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;</li> <li>– нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;</li> <li>– международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;</li> <li>– международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;</li> <li>– стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</li> <li>– методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;</li> <li>– методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;</li> <li>– основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– документооборот внешнеторговых сделок;</li> <li>– условия внешнеторгового контракта;</li> <li>– нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;</li> <li>– правила оформления документации по внешнеторговому контракту;</li> <li>– порядок документооборота в организации;</li> <li>– основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;</li> <li>– виды торговых структур;</li> <li>– формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;</li> <li>– материально-техническую базу торговли;</li> <li>– инфраструктуру потребительского рынка;</li> <li>– средства, методы, инновации в отрасли;</li> <li>– организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;</li> <li>– требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</li> <li>– основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;</li> <li>– требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;</li> <li>– правила торговли;</li> <li>– количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.</li> </ul> <p><b>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи,</li> </ul>	
---	--



<p>принципы, функции, объекты, субъекты;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>– порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>– этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>– методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>– психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</li> <li>– средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</li> <li>– порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>– виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>– методы оценки конкурентной среды;</li> <li>– нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> </ul> <p><b>ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>– основы веб-технологии;</li> <li>– основы веб-дизайна;</li> <li>– основы компьютерной грамотности;</li> <li>– методы обработки текстовой информации;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандарты делового общения в письменной и устной форме;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основы копирайтинга и веб-райтинга;</li> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;</li> <li>– особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;</li> <li>– основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;</li> </ul>	
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы гипертекстовой разметки;</li> <li>– стандарты верстки веб-сайтов;</li> <li>– принципиальные отличия лендингов от сайтов;</li> <li>– сервисы для автоматизации рассылок;</li> <li>– методы обработки текстовой информации и графической информации</li> </ul>	
--	--

## **8. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

### **8.1. Материально-техническое обеспечение**

#### 1. Тамбовская областная ТПП:

392000, г. Тамбов, ул. Карла Маркса, д. 150/14;

Площадь помещения 44 м<sup>2</sup>

*Перечень основного оборудования:*

Доска магнитно-маркерная – 1 шт.

Стол компьютерный – 11 шт.

Кресло – 11 шт.

Монитор – 14 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 11 шт.

Флипчарт – 2 шт.

Плазменная панель Samsung - 1 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Corel DRAW Graphics Suite X3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Графический редактор Inkscape

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

Lite Manager Pro – Server

#### 2. ООО «Скобеев и Партнеры»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая, д. 22/31А;

Площадь помещения 48 м<sup>2</sup>

*Перечень основного оборудования:*

Доска магнитно-маркерная – 1 шт.

Стол компьютерный – 8 шт.

Кресло – 8 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 6 шт.

Моноблок – 2 шт.

Плазменная панель Samsung - 1 шт.

Тумба – 1 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Corel DRAW Graphics Suite X3

Lite Manager Pro – Server

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

1С: Предприниматель

1С – Битрикс

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

SuiteCRM

SugarCRM

Битрикс-CRM

### 3. ООО «НТО «ИНТ»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая, д. 20, пом. 12;

Площадь помещения 57 м<sup>2</sup>,

*Перечень основного оборудования:*

Стол компьютерный – 10 шт.

Кресло – 10 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 9 шт.

Ноутбук – 1 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP Service Pack 3

Антивирусная программа

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

7-Zip 9.20

IBM SPSS Statistics 20

Corel DRAW Graphics Suite X3

Lite Manager Pro – Server

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

Графический редактор Sketch

### 4. АНО «РЦК по Тамбовской области»:

392000, г. Тамбов, Комсомольская пл., д. 5, каб. 304;

Площадь помещения 16,9 м<sup>2</sup>,

*Перечень основного оборудования:*

Доска магнитно-маркерная – 1 шт.

Стол компьютерный – 6 шт.

Кресло – 6 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 6 шт.

Плазменная панель Samsung – 1 шт.

Тумба под плазменную панель – 1 шт.

Стеллаж – 2 шт.  
МФУ – 1 шт.  
Мультимедийный проектор -1 шт.  
Проекционный экран -1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

IBM SPSS Statistics 20

Corel DRAW Graphics Suite X3

Графический редактор Inkscape

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

5. ООО «Би Фаунд»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая набережная, д. 20, офис 31;

Площадь помещения 22 м²,

*Перечень основного оборудования:*

Стол компьютерный – 6 шт.

Кресло – 6 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 10 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Corel DRAW Graphics Suite X3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

1С: Моя фирма

1С – Битрикс

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Графический редактор Inkscape

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

Lite Manager Pro – Server

6. ООО «Эврика Маркетинг»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая набережная, д. 20, офис 11.

Площадь помещения 22 м²,

*Перечень основного оборудования:*

Доска магнитно-маркерная – 1шт.

Стол компьютерный – 8 шт.

Стол – 1 шт.  
Кресло – 9 шт.  
Компьютер с доступом к сети Интернет – 8 шт.  
Ноутбук – 1 шт.  
Плазменная панель - 1 шт.  
МФУ – 1 шт.  
Стеллаж – 1 шт.  
Кондиционер – 1 шт.

*Перечень программного обеспечения:*

Операционная система Microsoft Windows XP Service Pack 3

Антивирусная программа

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

Corel DRAW Graphics Suite X3

Lite Manager Pro – Server

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

1С – Битрикс

Azure DevOps Server

Frontol

7-Zip 9.20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

## **8.2. Информационное обеспечение практики**

### **8.2.1. Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173>

2. Иванов, Г. Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г. Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2022. — 222 с. — ISBN 978-5-406-09325-2. — URL: <https://book.ru/book/942852>

3. Изотова Г. С., Еремин С. Г., Галкин А. И. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва:Юрайт, 2022. - 396 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/495098>

4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>

5. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.]; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>

6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-

534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

7. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535762>

8. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542352>

9. Мамедова Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495169>

10. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20235-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557834>

11. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>

### **8.2.2. Дополнительные источники**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)

2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)

3. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"

4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"

5. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"

6. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)

7. ГОСТ Р 53940–2010. Национальный стандарт Российской Федерации. Контрольно-кассовая техника. Общие требования к продукции и порядку ее применения. Дата введения 2012-06-01. — Текст: электронный // ПСС «Кодекс». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200085085>

8. ГОСТ Р 54608–2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Общие требования к объектам мелкорозничной торговли. Дата введения 2013-01-01. — Текст: электронный // ПСС «Кодекс». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200093466>

9. Боброва О. С., Цыбуков С. И., Бобров И. А. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 382 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490476>
10. Гаврилов Л.П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция 6-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО [Электронный ресурс]:. - , 2023. - 579 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/533878>
11. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535911>
12. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773>
13. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>
14. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>
15. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>
16. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Карашук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509827>
17. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557325>
18. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>
19. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545455>

20. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>

21. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

22. Магомедов, А. М. Экономика организации : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Магомедов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16984-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540263>

23. Международная торговля : учебник для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05486-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536068>

24. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

25. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие / Н. Г. Пахомова. — Липецк : Липецкий ГТУ, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-069-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/216089> . — Режим доступа: для авториз. пользователей.

26. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555977>

27. Федорова, И. Ю. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10187-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495168>

28. Справочно-правовая система «Гарант» - URL <https://www.garant.ru/>

29. Справочно-правовая система «Консультант плюс»: сайт. — URL: <http://www.consultant.ru/>

30. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>



31. Фонд поддержки малого предпринимательства:  
<https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
32. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

*Электронно-справочные системы:*

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – база данных учебной, учебно-методической и научной литературы по основным изучаемым дисциплинам - <http://www.biblioclub.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: коллекция «Легендарные книги» и коллекция СПО– электронные версии учебной и учебно-методической литературы по экономическим, юридическим, гуманитарным, инженерно-техническим и естественно-научным направлениям - <http://www.urait.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования (электронные версии российских научных журналов) - <http://elibrary.ru>
4. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»– фонд электронных версий печатных изданий, электронных изданий и ресурсов, мультимедийных изданий и др. - <https://нэб.рф>
5. Электронная библиотека ТГУ– база данных научных трудов преподавателей- <https://elibrary.tsutmb.ru>

*Используемые образовательные платформы:*

1. Электронная образовательная среда MOODLE <http://moodle.tsutmb.ru/>